



JURNAL RISET AKUNTANSI

Volume IX/No.1/APRIL 2017

ISSN: 2086-0447

TINJAUAN ATAS PROSEDUR PERSEDIAAN BARANG DAGANG PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA VIII UNIT INDUSTRI HILIR TEH BANDUNG

Rini Septiani Sukanda
Yuni Yulianti

PENGARUH PENYULUHAN, PELAYANAN, DAN PENGAWASAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI YANG MELAKUKAN KEGIATAN USAHA
(Survey Pada KPP Pratama Di Wilayah Jawa Barat I)

Bardjo Sugeng
Siti Zainab Rahmatillah

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, UMUR PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN UMUR SUKUK TERHADAP PERINGKAT SUKUK
(Studi Pada Perusahaan Yang Menerbitkan Sukuk Di Bursa Efek Indonesia)

Tri Widiastuty

MEKANISME *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, *LEVERAGE*, DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

Asriningsih Sofiyanti
Gusni
Evi Octavia

PENERIMAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DIDETERMINASI OLEH JUMLAH PENGUSAHA KENA PAJAK DAN PENAGIHAN PAJAK
(Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Majalaya Tahun 2010-2014)

Imas Masruroh
Jayanthi Octavia

ANALISIS KEWAJARAN HARGA CINDERELLA SCHOOL OF ENGLISH FOR CHILDREN DI BANDUNG

Arni Purwanti

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

JL.Dipatiukur 112-114 Bandung 40132 Telp.022-2504119, Fax. 022-2533754

Email : akuntansi@email.unikom.ac.id



**SUSUNAN TIM
JURNAL RISET AKUNTANSI**

PELINDUNG
REKTOR UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

PENASEHAT
PEMBANTU REKTOR UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

PEMBINA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

KETUA TIM REDAKSI
Dr. Siti Kurnia Rahayu, SE., M.Ak., Ak., CA..

PENYUNTING AHLI
Ketua:
Prof. Dr. Dwi Kartini., SE., Spec., Lic

Anggota:

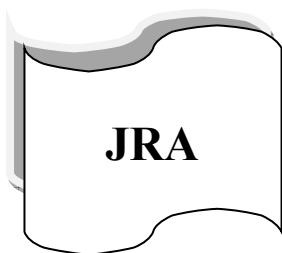
Prof. Dr. Hj. Ria Ratna Ariawati, SE.MS.,Ak	(Universitas Komputer Indonesia Bandung)
Prof. Dr. Soekrisno Agoes, Drs., Ak	(Universitas Tarumanagara Jakarta)
Dr. H. Deddy Supardi, SE., M.Si., Ak	(Universitas Sangga Buana Bandung)

TIM EDITING
Angky Febriansyah, SE.,MM.
Wati Aris Astuti SE.,Msi.,Ak.,CA

TATA USAHA
Sekretariat Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

ALAMAT PENYUNTING DAN REDAKSI:

Program Studi Akuntansi
Jl. Dipati Ukur 112-114 Bandung 40132
Tlp 022. 2504119, fax (022) 2533754
e-mail: akuntansi@email.unikom.ac.id



KEBIJAKAN EDITORIAL

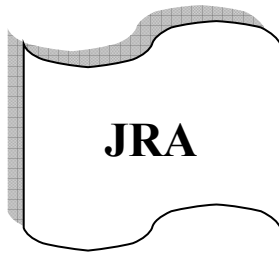
Jurnal Riset Akuntansi, diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia Bandung secara berkala (Setiap enam bulan sekali) dengan tujuan untuk menyebarkan informasi hasil riset akuntansi kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa, dan lain-lain meliputi bidang : Akuntansi, Bisnis, dan Manajemen.

Jurnal riset akuntansi menerima kiriman artikel hasil riset akuntansi dan manajemen yang ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris. Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke jurnal riset akuntansi tidak dikirimkan atau telah dipublikasi dalam jurnal yang lain. Untuk artikel hasil riset dengan pendekatan survey atau eksperimental, penulis harus melampirkan instrumen riset (Kuesioner, kasus, daftar wawancara, dan lain-lain). Agar hasil riset bisnis dan manajemen yang dimuat dalam jurnal riset akuntansi dapat bermanfaat untuk pengembangan praktik, pendidikan dan riset akuntansi, penulis artikel berkewajiban memberikan data riset kepada yang memerlukannya dan memberikan informasi cara memperoleh data tersebut.

Penentuan artikel yang dimuat dalam jurnal riset akuntansi melalui proses blind review oleh jurnal riset akuntansi, dengan mempertimbangkan antara lain : terpenuhinya persyaratan baku publikasi jurnal, metodologi riset yang digunakan, dan signifikansi kontribusi hasil riset terhadap pengembangan profesi dan pendidikan akuntansi dan manajemen. Editor bertanggung-jawab untuk memberikan telaah konstruktif, dan jika dipandang perlu, menyampaikan hasil evaluasi kepada penulis artikel. Artikel dikirim ke editor jurnal riset akuntansi dengan alamat :

Ketua Editor

Prof. Dr. Dwi Kartini., SE.,Spec.,Lic
Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kampus IV, Lantai 3
Jl. DipatiUkur No. 112-114 Bandung 40132
Telp. (022) 2504119, Fax. (022) 2533754
Email : akuntansi@email.unikom.ac.id



PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

Berikut Ini adalah pedoman penulisan artikel dalam Jurnal Riset Akuntansi yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penulis.

1. Sistematika pembahasan dalam artikel setidaknya terdiri atas bagian-bagian sebagai berikut :
 - Abstrak** bagian ini memuat ringkasan riset, antara lain mengenai : masalah riset, tujuan, metode, temuan, dan kontribusi hasil riset. Abstrak disajikan di awal teks dan terdiri antara 150 s/d 200 kata (sebaiknya disajikan dalam bahasa Inggris). Abstrak diikuti dengan tiga kata kunci (*keywords*) untuk memudahkan penyusunan indeks artikel.
 - I. **Pendahuluan** menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian.
 - II. **Kajian pustaka**, kerangka pemikiran dan hipotesis memaparkan kajian pustaka berdasarkan telaah literatur yang menjadi landasan logis untuk mengembangkan kerangka pemikiran dan hipotesis atau proposisi riset dan model riset (jika dipandang perlu).
 - III. **Objek dan metode penelitian** memuat objek penelitian menguraikan objek yang diteliti sesuai dengan judul riset dan metode penelitian yang berisi desain penelitian, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, unit analisis, teknik penarikan sampel, pengujian hipotesis.
 - IV. **Hasil penelitian dan pembahasan** menguraikan hasil penelitian memuat hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan memuat analisis statistik (jika ada) dan analisis ekonomi.
 - V. **Kesimpulan dan saran** menguraikan kesimpulan penelitian dan saran berisi solusi dan kelemahan penelitian, temuan dan keterbatasan penelitian.
 - VI. **Daftar pustaka** memuat sumber-sumber yang dikutip di dalam penulisan artikel. Hanya sumber yang diacu yang dimuat di daftar referensi ini.
- Lampiran memuat table, gambar, dan instrumen riset yang digunakan.
2. Artikel diketik dengan jarak baris satu spasi pada kertas A4 (21 cm x 29,7 cm). kutipan langsung yang panjang (lebih dari tiga baris) diketik dengan jarak baris satu dengan *indented style* (bentuk berinden).
 3. Panjang artikel tidak lebih atas 7.000 kata (dengan jenis huruf arial ukuran 10) atau maksimal 25 halaman.
 4. Margin atas = 4 cm dan bawah, kiri dan kanan = 3 cm.
 5. Halaman muka (cover) setidaknya menyebutkan judul artikel dan identitas penulis).
 6. Semua halaman, termasuk table, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman.
 7. Table/gambar sebaiknya dapat disajikan pada halaman terpisah dari badan tulisan (umumnya di bagian akhir naskah). Penulis cukup menyebutkan pada bagian di dalam teks, tempat pencantuman table atau gambar.

8. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul yang sesuai dengan isi tabel atau gambar dan sumber kutipan (bila relevan).
9. Kutipan dalam teks sebaiknya ditulis di antara kurung buka dan kurung tutup yang menyebutkan nama akhir penulis, tahun, koma, dan nomor halaman jika dipandang perlu.

Contoh :

- a. Satu sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell 1981). Jika disertai nomor halaman : (Brownell 1981).
 - b. Satu sumber kutipan dengan dua penulis (Frucot dan Shearon 1991).
 - c. Satu sumber kutipan dengan lebih dari dua penulis (Gul dkk. 1995 atau Hotstede et al. 1990).
 - d. Dua sumber kutipan dengan penulis yang berbeda (Dunk 1990; Mia 1988).
 - e. Dua sumber kutipan dengan penulis yang sama (Brownell 1981, 1983) Jika tahun publikasi sama (Brownell 1982a, 1982b).
 - f. Sumber kutipan yang berasal dari pekerjaan suatu institusi sebaiknya menyebutkan akronim institusi yang bersangkutan misalnya (IAI, 1994).
10. Setiap artikel harus memuat daftar pustaka (hanya yang menjadi sumber kutipan) dengan ketentuan penulisan sebagai berikut ;
 - a. Daftar pustaka disusun alfabetis sesuai dengan nama penulis atau nama institusi.
 - b. Susunan setiap referensi ; nama penulis, tahun publikasi, judul jurnal atau buku teks, nama jurnal atau penerbit, nomor halaman.
 - c. Contoh :

American Accounting Association, Committee on Concepts and Standards for External Financial Reports. 1997. Statement on Accounting Theory and Theory Acceptance/ Sarasota, FL : AAA.

Demski, J.S., dan D.E.M. Sappington. 1989. Hierarchical Structure and Responsibility Accounting, *Journal of Accounting Research* 27 (Spring) ; 40-58.

Dye, R.; B. Balachandran; dan R. Magee. 1989. Contingent Fees for Audit Firm. Working paper, Northwestern University, Evansto, IL.

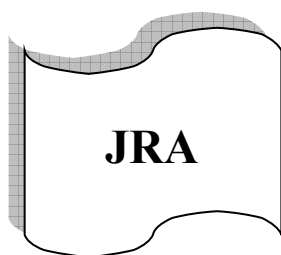
Indriantoro, N. 1993. The Effect of Participative Budgeting on Job Performance and Job Satisfaction with Locus of Control and Cultural Dimensions as Moderating Variables. Ph.D. dissertation. University of Kentucky, Lexington.

Naim, A. 1997. Analysis of The Use of Accounting Product Costs In Oligopolistic Pricing Decisions. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 12 (Oktober) 43-50.

Porcano, T.M. 1984a. Distructive Justice and Tax Policy. *The Accounting Review*, 59 (October) : 619-636.

_____, 1984b. The Perceived Effects of Tax Policy on Corporate Investment Intentions. *The Journal of the American Taxation Association* 6 (Fall) : 7-19.

Pyndyk, R.S. dan D.L. Rubinfeld. 1987. *Econometric Models & Economic Forecast*, 3rd ed., NY : McGraw-Hill Publishing, Inc.
 11. Artikel diserahkan dalam bentuk cd dan empat eksemplar cetakan.



DAFTAR ISI

Keterangan	Halaman
Editorial Staff Jurnal Riset Akuntansi	i
Kebijakan Editorial	iii
Pedoman Penulisan Artikel	v
Daftar isi	vii
1. TINJAUAN ATAS PROSEDUR PERSEDIAAN BARANG DAGANG PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA VIII UNIT INDUSTRI HILIR THE BANDUNG Rini Septiani Sukanda Yuni Yulianti	1
2. PENGARUH PENYULUHAN, PELAYANAN, DAN PENGAWASAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI YANG MELAKUKAN KEGIATAN USAHA (Survey Pada KPP Pratama di Wilayah Jawa Barat I) Bardjo Sugeng Siti Zainab Rahmatillah	14
3. PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, UMUR PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN UMUR SUKUK TERHADAP PERINGKAT SUKUK (Studi Pada Perusahaan Yang Menerbitkan Sukuk Di Bursa Efek Indonesia) Tri Widiastuty	21
4. MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE, LEVERAGE, DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN Asriningsih Sofiyanti Gusni Evi Octavia	34
5. PENERIMAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DIDETERMINASI OLEH JUMLAH PENGUSAHA KENA PAJAK DAN PENAGIHAN PAJAK (Studi Pada Perusahaan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Majalaya Tahun 2010-2014) Imas Masruroh Jayanthi Octavia	45
6. ANALISIS KEWAJARAN HARGA CINDERELLA SCHOOL OF ENGLISH FOR CHILDREN DI BANDUNG Arni Purwanti	58

ANALISIS KEWAJARAN HARGA CINDERELLA SCHOOL OF ENGLISH FOR CHILDREN DI BANDUNG

Arni Purwanti, Se., MM

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Cinderella School of English for Children Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Kewajaran Harga yang ditetapkan pada Cinderella School of English for Children Bandung

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah 257 responden orang tua siswa.

Dari analisis hasil yang diperoleh yaitu Kewajaran Harga pada Cinderella School of English for Children Bandung sudah tinggi, tetapi untuk indikator harga yang ditetapkan sudah sesuai fasilitas yang ada mendapatkan skor terendah. Untuk itu pihak Cinderella School of English for Children Bandung harus lebih memperhatikan fasilitas yang ada selama ini. Sehingga perusahaan harus selalu merancang harga yang wajar agar dapat diterima oleh pelanggan.

Kata Kunci : Kewajaran Harga

PENDAHULUAN

Salah satu kebijakan yang berpengaruh besar dalam keberhasilan pemasaran adalah kebijakan harga. Harga menjadi pertimbangan yang penting, karena harga merupakan bagian yang sangat peka bagi konsumen. Konsumen melihat harga sebagai faktor yang harus disesuaikan dengan daya beli yang dimiliki.

Harga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa, karena besarnya harga yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin tingginya harga akan mengakibatkan pelanggan harus berpikir dalam penggunaan jasa tersebut, demikian sebaliknya apabila harga semakin rendah maka pelanggan cenderung memanfaatkan jasa perusahaan tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak. Harga yang ditetapkan tentunya harus ditunjang dengan kenyamanan dalam pelayanan yang lebih baik, sehingga penumpang merasakan suatu kewajaran harga (Rahyuda & Atmaja 2011:373).

Harga yang ditetapkan Cinderella School of English for Children Bandung dinilai sudah wajar, seperti yang dikemukakan oleh Ibu Nenden selaku sekretaris Direktur (6/11/2013). Namun hal ini tidak sesuai dengan hasil survey awal yang dilakukan. Kewajaran Harga yang dirasakan pelanggan pada Cinderella School of English for Children Bandung bisa dilihat dari survey awal yang dilakukan kepada 30 orang responden orang tua siswa adalah seperti berikut ini:

Tabel 1.3
Survey awal tentang Kewajaran Harga
pada Cinderella School of English for Children Bandung

Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
	Ya		Tidak	
	F	(%)	F	(%)
Apakah harga kursus bahasa inggris di Cinderella School of English for Children Bandung lebih murah dibanding dengan tempat kursus lain?	17	57 %	13	43 %
Apakah harga kursus yang ditetapkan Cinderella School	12	40 %	18	60 %

Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
	Ya		Tidak	
	F	(%)	F	(%)
of English for Children Bandung sudah sesuai?				
Apakah harga kursus yang ditetapkan Cinderella School of English for Children Bandung sudah wajar?	14	47 %	16	53 %
Kewajaran Harga (Total)		48 %		52 %

Sumber : Survey Awal

Berdasarkan survey awal yang dilakukan bahwa sebanyak 48% pelanggan menyatakan harga yang ditetapkan sudah wajar pada Cinderella School of English for Children Bandung, sedangkan 52% pelanggan menyatakan harga yang ditetapkan Cinderella School of English for Children kurang wajar, hal ini bisa dilihat dari adanya komplain dari fasilitas yang dirasakan belum ada perubahan meskipun terjadi kenaikan harga dan bahkan tidak melanjutkan kursus apabila terjadi kenaikan harga.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 248) harga adalah:

"Price is the amount of money charged for a product or a service."

Artinya, harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa.

Dimasa lalu harga telah menjadi hal penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya mewakili harga. Harga juga salah satu elemen yang fleksibel dari bauran pemasaran. Tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi, harga dapat berubah dengan cepat. Pada saat yang sama, penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah yang utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.

Pengertian Kewajaran Harga

Menurut Xia et al., (2004) dalam Vinitia Kaura (2012: 84) kewajaran harga adalah:

"Price fairness is defined as consumers assessments of whether a seller's price can be reasonably justified."

Artinya, kewajaran harga didefinisikan sebagai penilaian konsumen apakah harga penjual dapat cukup dibenarkan.

Xia et al. (2004) dalam Rahyuda dan Atmaja (2011: 374) mengungkapkan bahwa penilaian dari kewajaran harga kemungkinan besar didasarkan pada perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak. Ketika dirasakan terjadi perbedaan harga, maka tingkat kesamaan antara transaksi merupakan unsur penting dari penilaian kewajaran harga. Penilaian kewajaran juga tergantung pada berapa besar komperatif pihak yang terlibat dalam transaksi.

Salah satu dasar dari persepsi kewajaran menurut Consuegra et al. (2007) yaitu prinsip hak ganda, yang menunjukkan bahwa salah satu pihak harus tidak menguntungkan dengan menyebabkan kerugian dari pihak lain. Ketika perusahaan menggunakan permintaan konsumen yang lebih tinggi untuk keuntungan sendiri dengan kenaikan harga, konsumen akan merasa dieksploitasi dan karenanya memandang harga sebagai tidak wajar. Menurut Kahneman et al. (1986) dalam Rahyuda dan Atmaja (2011: 374) pada prinsip hak ganda sebagian besar konsumen percaya bahwa mereka berhak mendapatkan referensi harga dan perusahaan berhak

mendapat keuntungan referensi, dimana kenaikan harga sepadan dengan kenaikan biaya yang akan dianggap wajar (*ceterius paribus*).

Consuegra et al. (2007) mendefinisikan kewajaran sebagai suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses agar mencapai hasil yang masuk akal dan dapat diterima. Aspek kognitif definisi ini menunjukan bahwa penelitian kewajaran harga melibatkan perbandingan prosedur harga yang terkait dengan standar, referensi atau norma.

Alat Ukur Kewajaran Harga

Menurut Consuegra et al. (2007) dalam Rahyuda dan Atmaja (2011: 374) kewajaran harga dapat diukur dengan beberapa atribut sebagai berikut :

1. Pelanggan merasa membayar harga yang wajar pada setiap transaksi pembelian.
2. Referensi tingkat kewajaran harga, dimana pelanggan merasa wajar jika suatu produk atau jasa yang sama jenisnya dari perusahaan yang berbeda ditetapkan dengan harga yang berbeda.
3. Kebijakan kewajaran harga yang ditentukan oleh perusahaan adalah hal yang wajar dan dapat diterima oleh pelanggan.
4. Kewajaran harga yang ditetapkan merupakan sebuah etika, dimana pelanggan selalu diberitahu mengenai perubahan harga yang akan dilakukan oleh perusahaan sebelum harga yang baru ditetapkan.

Saowanee Srikanjanarak et al. (2009:84) menggunakan alat ukur kewajaran harga yaitu sebagai berikut:

1. Harga fleksibel, yang mengacu pada fleksibilitas harga atau rencana layanan, dalam upaya untuk mendukung kebutuhan pelanggan, bervariasi sesuai dengan tingkat harga dan periode yang digunakan (Kim, Park & Jeong, 2004).
2. Keadilan harga, mengacu pada kewajaran rencana harga, yang berkaitan dengan tingkat harga dan waktu (Ranaweera & Neely, 2003).
3. Harga yang dapat diterima, mengacu pada kemungkinan rencana harga terbaik yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap harga dan periode penggunaan (Ranaweera & Neely, 2003).
4. Harga superior, mengacu pada keunggulan bersaing rencana harga, dengan perbedaan antara layanan penyedia dan penyedia yang menawarkan pilihan terbaik (Lim, Widdows, & Park, 2006).

Alat ukur yang digunakan peneliti dalam mengukur kewajaran harga mengacu pada Consuegra et al. (2007) dalam Rahyuda dan Atmaja (2011: 374) karena sesuai dengan keadaan lapangan.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah orang tua siswa Cinderella School of English for Children Bandung dan sampel yang diambil sebanyak 257 responden. Karakteristik ini mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pengeluaran perbulan. Adapun karakteristik responden disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	70	27,23%
Perempuan	187	72,76%
Jumlah	257	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan hasil survey lapangan menjelaskan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 70 responden atau sebesar 27,23%, sedangkan jumlah responden perempuan berjumlah 187 responden atau sebesar 72,76%. Dengan demikian jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki. Hal ini disebabkan karena yang mengantarkan siswa untuk mengikuti kursus adalah Ibu mereka, sedangkan hanya sebagian saja yang diantarkan oleh ayah mereka.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tingkat Usia	Frekuensi	Persentase
20 - 30 Tahun	63	24,51%
31 - 40 Tahun	122	47,47%
41 - 50 Tahun	54	21,01%
51 - 60 Tahun	18	7%
Jumlah	257	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Usia responden berdasarkan tabel 4.2 yang paling banyak pada usia 31 - 40 tahun yang berjumlah 122 responden atau sebesar 47,47%, diikuti usia 20 – 30 tahun berjumlah 63 responden atau sebesar 24,51%, usia 41 - 50 tahun berjumlah 54 responden atau sebesar 21,01%, dan usia 51 - 60 tahun berjumlah 18 responden atau sebesar 7%. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua siswa Cinderella School of English for Children Bandung kebanyakan berkisar antara usia 31 - 40 Tahun. Usia orang tua yang beragam menunjukkan bahwa semua orang tua ingin anaknya mahir berbahasa Inggris sehingga mengikuti kursus pada Cinderella School of English for Children Bandung.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD/SLTP	-	-
SMA	57	22,17%
Diploma I-III	118	45,91%
S1	66	25,68%
S2	16	6,22%
Jumlah	257	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan tabel 4.3. diatas dapat diketahui bahwa latar belakang pendidikan Diploma I-III yang berjumlah 118 responden atau sebesar 45,91%, diikuti S1 yang berjumlah 66 responden atau sebesar 25,68%, SMA yang berjumlah 57 responden atau sebesar 22,17%, dan S2 yang berjumlah 16 responden atau sebesar 6,22%. Mayoritas orang tua siswa yang menjadi responden adalah yang berpendidikan Diploma I-III. Latar belakang orang tua siswa dari berbagai tingkat pendidikan, hal ini menunjukkan orang tua sangat ingin memajukan anaknya dalam pendidikan bahasa Inggris.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	67	26,07%
Wiraswasta	70	27,23%
Pegawai Swasta	42	16,34%
Ibu Rumah Tangga	78	30,35%
Lainnya	-	-
Jumlah	257	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa ibu rumah tangga berjumlah 78 responden atau sebesar 30,35%, wiraswasta berjumlah 70 responden atau sebesar 27,23%, PNS berjumlah 67 responden atau sebesar 26,07%, dan pegawai swasta berjumlah 42 responden atau sebesar 16,34%. Mayoritas pekerjaan responden adalah ibu rumah tangga, yang sengaja mengantarkan anak mereka untuk mengikuti kursus pada Cinderella School of English for Children.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran Perbulan	Frekuensi	Persentase
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	37	14.39%
Rp. 2.600.000 - Rp. 4.000.000	68	26.45%
Rp. 4.100.000 - Rp. 5.500.000	81	31.51%
Rp. 5.600.000 - Rp. 7.000.000	47	18.28%
>Rp. 7.000.000	24	9.33%
Jumlah	257	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pengeluaran perbulan responden sebesar Rp.4.100.000 - Rp.5.500.000 berjumlah 81 responden atau sebesar 31.51%, Rp.2.600.000 - Rp.4.000.000 berjumlah 68 responden atau sebesar 26.45%, Rp.5.600.000 - Rp.7.000.000 berjumlah 47 responden atau sebesar 18.28%, Rp.1.000.000 - Rp.2.500.000 berjumlah 37 responden atau sebesar 14.39%, >Rp.7.000.000 berjumlah 24 responden atau sebesar 9.33%. Mayoritas pengeluaran orang tua siswa adalah berkisar antara Rp.4.100.000 - Rp.5.500.000 perbulan. Tingkat pengeluaran orang tua siswa perbulan yang beragam menunjukkan semua orang tua sangat mementingkan anaknya untuk mengikuti kursus bahasa Inggris

Kewajaran harga pada Cinderella School of English for Children

Kewajaran harga di Cinderella School of English for Children diukur menggunakan 4 sub variabel yang mencakup harga yang ditetapkan sudah wajar, sesuai dengan fasilitas yang ada, dapat diterima oleh pelanggan dan Cinderella School of English for Children Bandung, melakukan pemberitahuan perubahan harga setiap kali ada perubahan. Berikut ini gambaran tanggapan responden terhadap kewajaran harga dapat dilihat pada tabel 4.26.

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Kewajaran Harga

Pernyataan		STS	TS	MC	S	SS	Skor Ideal	Skor Aktual	F (%)	Kriteria
Harga yang ditetapkan sudah wajar	F	0	8	28	114	107	1285	1001	84,92	Selaja
	(%)	0,00	3,11	10,69	44,36	41,63				
Harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada	F	18	17	81	15	79	1285	746	58,21	Ragu-ragu
	(%)	14,79	22,18	31,62	20,33	11,78				
Harga yang ditetapkan dapat diterima oleh pelanggan	F	0	1	118	48	48	1285	1001	77,92	Selaja
	(%)	0,00	1,56	44,75	16,34	37,35				
Cinderella School of English for Children melakukan pemberitahuan perubahan harga setiap kali ada perubahan	F	0	1	118	48	48	1285	1004	78,13	Selaja
	(%)	0,00	0,30	45,91	16,34	37,35	1285	1004	78,13	Selaja
Kewajaran Harga							5040	3841	76,78	Wajar

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner (2014)

Berdasarkan pada tabel 4.26 diatas diketahui harga di Cinderella School of English for Children Bandung wajar, dengan frekuensi sebesar 74.79%. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan pelanggan mengenai harga wajar, yang didasarkan pada harga yang ditetapkan sudah wajar, harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada, dapat diterima oleh pelanggan, dan Cinderella School of English for Children Bandung melakukan pemberitahuan setiap kali ada perubahan harga. Harga merupakan faktor yang penting dan sangat sensitif bagi para pelanggan, apabila pelanggan merasa tidak adanya kewajaran harga maka mereka akan berfikir ulang untuk melanjutkan memakai jasa Cinderella School of English for Children Bandung. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahyuda & Atmaja (2011:390) menyatakan bahwa ketidaksesuaian harga menyebabkan pelanggan tidak mempunyai keinginan untuk mencoba jasa lain yang perusahaan tetapi memilih alternatif perusahaan lainnya.

KESIMPULAN

Tanggapan Pelanggan Mengenai Kewajaran Harga pada Cinderella School of English for Children Bandung wajar dengan frekuensi sebesar 74.79%. Indikator tertinggi pada harga yang ditetapkan sudah wajar dengan jumlah skor sebesar 84.90% pada skala setuju dan terendah pada harga yang ditetapkan sudah sesuai fasilitas yang ada jumlah skor sebesar 58.21% pada skala ragu-ragu.

Kewajaran Harga pada Cinderella School of English for Children Bandung sudah tinggi, tetapi untuk indikator harga yang ditetapkan sudah sesuai fasilitas yang ada mendapatkan skor terendah. Untuk itu pihak Cinderella School of English for Children Bandung harus lebih memperhatikan fasilitas yang ada selama ini agar pelanggan merasa harga yang ditetapkan adalah wajar sesuai dengan fasilitas yang ada. Selain itu harga merupakan faktor yang penting dan sangat sensitif bagi para pelanggan, apabila pelanggan merasa tidak adanya kewajaran harga maka mereka akan berfikir ulang untuk melanjutkan memakai jasa Cinderella School of English for Children Bandung. Sehingga perusahaan harus selalu merancang harga yang wajar agar dapat diterima oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amryyanti, Ruth dkk. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada LnC Skin Care Singaraja*. Universitas Udayana.
- Bei, L.T. dan Y. C. Chiao. 2001. *An Integrated Model for the Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty*. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior. Vol. 14: 125-140.
- Consuegra, D., Molina, A., and Esteban, A. 2007. *An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty : an Empirical Analysis in Service Sector*. Journal of Product & Brand Management. Vol 16 (7), pp. 459-468.
- Rahyuda, I Ketut & Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja. 2011. *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik GIA di Denpasar*. Ekuitas Vol. 15 No. 3 Hal 370 – 395 ISSN 1411-0393
- Xia, L., K. B. Monroe, dan J. L. Cox. 2004. *The Price is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions*. Journal of Marketing. 68: 1-15.